

УДК 338.3

Горяча О.Л., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств, Бердянський університет менеджменту і бізнесу м. Бердянськ

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**Горяча О.Л. Теоретичні основи інноваційного потенціалу підприємства.** Основною рисою розвитку світового співтовариства на сучасному етапі виступає формування соціально-економічної системи, в якій домінуючу роль відіграє інноваційна діяльність як фактор, що забезпечує конкурентні переваги підприємства.

**Горячая О.Л. Теоретические основы инновационного потенциала предприятия.** Основной чертой развития мирового сообщества на современном этапе выступает формирование социально-экономической системы, в которой доминирующую роль играет инновационная деятельность как фактор, обеспечивающий конкурентные преимущества предприятия.

**Goryachaya O.L. The theoretical basis of innovation potential of enterprises.** The main feature of the international community at the present stage is the formation of social and economic system in which the dominant role played by innovative activity as a factor that provides a competitive advantage.

**Постанова проблеми.** Успішне формування інноваційної сфери є наслідком, перш за все, політичних і соціальних умов, що складаються в суспільстві. Вивчення досвіду створення і функціонування інноваційної сфери в розвинених країнах дозволяє стверджувати, що роль держави у вирішенні виникаючих проблем є визначальною. Вона полягає в першу чергу у формуванні ефективної інноваційної політики, в правильному визначенні її пріоритетів, стратегії та механізмів втілення, які повинні бути сконцентровані на технологічному оновленні виробничого апарату, на прогресі знань і кваліфікації персоналу, на задоволенні потреб ринку в продукції високого науково-технічного рівня.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** [Проблеми теоретичних основ інноваційного потенціалу відзначені у працях:](#) Й. Шумпетера, Е. Менсфілда, Р. Фостера, Б. Твісса, М.Є. Портера, Р. Солоу, У.Е. Саудера, А.С. Нашару, Ю.В. Яковця, С.Ю. Глазєва, А.Н. Фоломєва, В.І. Кушлин, В.А. Москвіна, А.Н. Цветкова, В.Д. Андріанова, П.М. Завліної, А.В. Васильєва, В.В. Горшкова, Е.А. Крєтова, Е.А. Уткіна, Г.І. Морозової, Н.І. Морозової, А.І. Пригожина, Г.І. Жіца та ін.

**Мета статті.** Узагальнити теоретичні визначення інноваційного потенціалу підприємства.

**Виклад основного матеріалу.** У наукових джерелах зустрічаються поняття «інноваційний потенціал», «інноваційна сприйнятливість», «науковий потенціал». Однак трактування даних понять, є неоднозначними, неповними, а в ряді випадків досить суперечливими, в літературі не існує єдиної концепції поняття «інноваційний потенціал».

Трактування терміну «інноваційний потенціал» різне. І, як наслідок, відсутній єдиний підхід до аналізу інноваційного потенціалу та його структури. Інноваційний потенціал – є характеристика щільності потоку нововведень, ефективності корпоративних НДКР, швидкості доведення нововведень до ринку, рівня технологічного лідерства (або можливості проходження за галузевим або продуктовим лідером), що зумовлює «синергію» інноваційної діяльності різних структурних підрозділів [1].

Інноваційний потенціал – це сукупність кадрових, матеріально-технічних, інформаційних і фінансових ресурсів, що обслуговуються відповідною інфраструктурою,

призначеної для реалізації нововведень [2]. Інноваційним потенціалом називають передбачувані або вже мобілізовані на досягнення інноваційної мети (реалізацію інноваційної стратегії) ресурси і організаційний механізм (технологія діяльності та організаційна структура) [3]. Інноваційний потенціал є стратегія поведінки суб'єкта господарювання стосовно процесу інновацій [4].

Інноваційна сприйнятливість трактується в науковій літературі, як здатність створювати і застосовувати «піонерні» технологічні нововведення, або готовність і здатність того чи іншого підприємства (організації) здійснити вперше і відтворити (сприйняти) новацію. Дане визначення не містить згадки про здатність організації створювати і застосовувати продуктові та організаційні нововведення, у визначенні робиться акцент на відтворення «чужих» новацій [5].

Інноваційна сприйнятливість або інновативність підприємств залежить від різних зовнішніх і внутрішніх факторів. До внутрішніх факторів відноситься наявність сприятливих економічних, організаційних, психологічних, кадрових і технічних умов для інновацій. Важливою ланкою в підтримці інноваційних ініціатив на підприємстві є і інформаційний аспект, то є місце взаємодії інформації про нововведення в системі прийняття рішень на підприємстві. Важливу роль відіграють зовнішні фактори, пов'язані з розвиненістю ринкових відносин; станом фінансово-економічної системи; соціально-економічним і політичними факторами; наявністю або відсутністю сприятливого інноваційного клімату та підтримки з боку держави; позиціонуванням підприємства в галузі; характеристики самої галузі; розвиненістю відповідної інфраструктури місця розташування підприємства.

Інноваційна сприйнятливість є складова частина інноваційного потенціалу, що відображає здатність підприємства реалізувати і застосовувати новації. Науковий потенціал підприємства – також складова частина інноваційного потенціалу, що відображає можливість генерації, розробки нововведень для власних потреб підприємства. Науковий потенціал – є характеристика підприємства, безпосередньо залежить від внутрішніх чинників. Серед яких виділяються кадровий, технічний фактори, а також соціально-психологічний клімат у колективі, його структурний і соціокультурний потенціал, фінансування НДКР на підприємстві [6].

Неодмінними властивостями інновацій є їх, ринкова затребуваність. Отже, інновації повинні володіти не тільки новизною як до всього суспільства, так і по відношенню до конкретної організації, а й задовольняти ринковому попиту, тобто володіти ринковим потенціалом як показником ефективності роботи підприємства, реалізації його інноваційного потенціалу.

Комерційний успіх інновації визначається двома основними факторами: можливістю впровадження інноваційної ідеї у виробництво і тиражування нового продукту в необхідних масштабах; відповідністю новинки потребам учасників ринку. Можливість впровадження та тиражування інноваційної ідеї – є суть показника інноваційної сприйнятливості підприємства, тоді як відповідність новинки запитам ринку, складова комерційного успіху, є відображенням комерційної ефективності діяльності інноваційного підприємства, його ринкового потенціалу.

Аналіз інноваційного потенціалу кожного підприємства повинен залежати від співвідношення основних складових і включати дослідження таких факторів, як: наявність ресурсів для інноваційної діяльності, а також їх розподіл в організації; здатність реагувати на новаторські дії конкурентів і брати до уваги тенденції розвитку галузей, де вона функціонує; здатність менеджменту аналізувати технологічне середовище бізнесу; структурні та соціокультурні особливості підприємства, що впливають на характер підприємницької поведінки, здатність керівництва приймати рішення з реалізації підприємницьких ініціатив.

Не менш важливим є аналіз наукового потенціалу: концентрація в фірмі знань і навичок наукового та інженерного персоналу, наявність фахівців з маркетингу, а також зосередження технологічної компетенції у господарських підрозділах.

Величина інноваційного потенціалу впливає на оцінку інвестиційної ефективності інноваційних проектів на існуючих підприємствах, планування стартового капіталу підприємства, у тому числі на обґрунтування потрібних сторонніх венчурних інвестицій, обґрунтування планових балансів і рахунків прибутків і збитків підприємства при складанні бізнес-плану венчурного підприємства, що, є особливо важливими питаннями для залучення інвесторів для здійснення інноваційних проектів [7].

Крім ресурсів, необхідна наявність ще одного елемента для ефективної реалізації інноваційного потенціалу, а саме розвиненої інноваційної культури. Інноваційна культура не входить безпосередньо в структуру інноваційного потенціалу, але є його важливою невід'ємною частиною. Під інноваційною культурою слід розуміти міру сприйнятливості організації до нововведень, досвід впровадження нових проектів, політику менеджменту в галузі інновацій, ставлення персоналу до новацій. За участю інноваційної культури можна реально досягти в сфері конкретної економіки – прискорення і підвищення ефективності впровадження нових технологій і винаходів, у сфері управління – реальної протидії бюрократичним тенденціям, у сфері освіти – сприяння розкриттю інноваційного потенціалу особистості та його реалізації, в сфері культури – оптимізації співвідношення між традиціями і оновленням, різними типами і видами культур. Отже, інноваційний потенціал можна представити у вигляді, умовно кажучи, "пучка" векторів, спрямованих на кінцевий результат. Чим більше потенціал підприємства, тим імовірніше позитивний результат інноваційного проекту. Але необхідно врахувати, що розкриття інноваційного потенціалу наштовхується на подолання зовнішніх бар'єрів, таких як адміністративні, технологічні, інфраструктурні та ін.

Зовнішні бар'єри можна охарактеризувати як інноваційний клімат. Під інноваційним кліматом слід розуміти сукупність зовнішніх умов, що впливають на інноваційний потенціал підприємства [8]: можливості для виробництва нових або поліпшених видів продукції чи послуг (процесні і технологічні інновації); можливості для зміни соціальних відносин на підприємстві (кадрові інновації); можливості для розробки нових методів управління (управлінські інновації); можливості для створення нових механізмів просування продукції на ринок (ринкові інновації); можливості придбання ноу-хау, патентів; законодавча база, низька ставка рефінансування, пільгове оподаткування; взаємодія влади та бізнесу; практика комерціалізації технологій. Бар'єри інноваційного клімату виступають, таким чином, в ролі фільтрів, проходячи через які спрямована дія векторів інноваційного потенціалу підприємства істотно знижується.

У структурі інноваційного потенціалу необхідно виділити ще два найважливіших елементи: бізнес-процеси і цінності.

Організація перетворює ресурси на вході в продукти і послуги – на виході, останні при цьому мають більшу цінність. Способи взаємодії, координації, комунікації та прийняття управлінських рішень в процесі цієї трансформації складають бізнес-процеси організації. Вони включають в себе не тільки виробничі процеси, а й маркетинг, бюджетування, управління персоналом та інше. Процеси компанії сформовані, як правило, для вирішення конкретних специфічних завдань. Це означає, що якщо менеджер використовує даний процес для вирішення проблем, для чого він і був розроблений, то його застосування буде ефективно. Більш того, з багаторазовим повторенням процедури результативність збільшується. Але якщо той же самий процес використовувати для вирішення іншої нестандартної задачі, то її виконання виявиться неефективним і буде супроводжуватися бюрократією. На відміну від ресурсів компанії бізнес-процеси не є взаємозамінними.

Під цінностями розуміються критерії, якими керуються персонал і менеджмент при розстановці пріоритетів. Чим більше і складніше стає компанія, тим більш важливим є

необхідність розвитку у персоналу практики прийняття незалежного рішення на всіх рівнях ієрархії, які відповідали б генеральній стратегії. Показником якісного менеджменту є те, як поширилися дані цінності у підприємстві, чи поділяють їхні співробітники. Цінності підприємства можуть надавати не тільки позитивний вплив на стратегію підприємства, а й мати зворотний процес, здатний нанести шкоду підприємству. Цінності успішних підприємств мають тенденцію до збільшення кінцевих показників, спрямовуючи свою діяльність вглиб галузі, роблячи ставку на передбачення змін споживчих переваг. Підприємства розширюють функціональність своїх продуктів, щоб залучити нових споживачів, збільшуючи тим самим накладні витрати. У результаті показники прибутку, які спочатку заклало підприємство, знижуються [9, 10].

**Висновки.** Таким чином, підсумовуючи вищезазначене слід констатувати, що інноваційний потенціал – це характеристика підприємства, що виявляється в результаті інноваційного контролю, що відображає забезпеченість підприємства науковими кадрами та висококваліфікованими фахівцями (науковий потенціал підприємства), сприйнятливість підприємства до інновацій із зовні і можливість реалізації нововведень у виробництві або організаційній структурі (інновативність), ринковий потенціал яких задовольняє власника підприємства, враховуючи бізнес-процеси та цінності.

#### Список використаних джерел:

1. Кравченко С., Кладченко И. Исследование сущности инновационного потенциала // <http://masters.donntu.edu.ua>.
2. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент. Учебник. – М.: Юнити, 1997. – 251 с.
3. Лисин Б., Фридлянов Б. Инновационный потенциал как фактор развития (Межгосударственное социально-экономическое исследование) // <http://masters.donntu.edu.ua>.
4. Трифилова А.А. Использование инновационного подхода в стратегическом управлении предприятием: Автореф. дисс. ... к.э.н.: 08.00.05 / А.А.Трифилова; Нижегородский гос. архитектурно-строит. университет. – Н. Новгород, 2000. – 23 с.
5. Гунин В.Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 7. – М.: Юнити, 1999. – 328 с.
6. Гусаков М. Формирование потенциала инновационного развития // Экономист. - 1999. - № 2. - С. 3-38.
7. Патеев Б.А. Эффективность развития промышленного предприятия в системе инноваций: Автореф. дисс. ... к.э.н.: 08.00.05 / Б.А. Патеев; Тамбовский гос. технический университет. – Тамбов, 2002. – 25 с.
8. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории и практики управления. - 2001. - № 2. - С. 57-63.
9. Яхонтова Е.С. Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами компании // Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - № 4. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.dis.ru](http://www.dis.ru).
10. Clayton M. Christensen, Assessing Your Organization's Innovation Capabilities // Leader to Leader. - № 21. - 2001. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [www.ebs.ee](http://www.ebs.ee)

**Ключові слова:** потенціал, інноваційний потенціал, інноваційна сприйнятливість, науковий потенціал.

**Ключевые слова:** потенциал, инновационный потенциал, инновационная восприимчивость, научный потенциал.

**Keywords:** capacity, innovation capacity, innovation, sensitivity and scientific potential.